

## PRESSEINFORMATION

### RMS Smart Speaker-Studie 2020

Nutzung intelligenter Lautsprecher in den vergangenen zwei Jahren um 61 Prozent gestiegen

Hamburg, 17. September 2020

Smart Speaker und Smarte Assistenten sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen. 92 Prozent der 16 bis 69-jährigen Onliner in Deutschland kennen mindestens einen Smart Speaker-Anbieter. Amazon, Google und Apple sind dabei die Bekanntesten. 32 Prozent der Befragten planen den Kauf eines Smart Speakers. Zu diesen Ergebnissen kommt die RMS-Studie zu Besitz und Nutzung von Smart Speakern 2020, die das Institut Interrogare durchgeführt hat.

#### Entwicklung von Besitz und Nutzung von Smart Speakern

41 Prozent der Befragten leben mit mindestens einem intelligenten Lautsprecher in ihrem Haushalt. Dabei benutzen 37 Prozent ihre Geräte regelmäßig. Zudem zeigt der Vergleich zur ersten Studie aus dem Jahr 2018, dass die Smart Speaker-Nutzung in den vergangenen zwei Jahren um 61 Prozent gestiegen ist.

#### Marktprognose und Einfluss von Corona

Trotz der dynamischen Entwicklung ist keine Marktsättigung in Sicht. Laut Studienergebnissen ist anzunehmen, dass die Smart Speaker-Nutzung in den kommenden Jahren weiterwachsen wird. Die Corona-Pandemie hat dabei einen beschleunigenden Einfluss auf die Entwicklung: 42 Prozent der aktiven Smart Speaker-User verwenden ihr Gerät seit Beginn der Pandemie deutlich häufiger.

#### Auswirkung des Smart Speaker Booms auf den Audiokonsum

Mit dem Einzug der Smart Speaker in deutsche Haushalte verändert sich auch die Mediennutzung. Laut RMS Studie hören 69 Prozent der aktiven Smart Speaker-Nutzer seit der Anschaffung ihres Gerätes deutlich mehr Audio als vorher. Dabei geben 97 Prozent der Befragten an, ihren intelligenten Lautsprecher hauptsächlich zu nutzen, um Musik- und Audioinhalte zu konsumieren. In der Vergleichsstudie von 2018 waren es noch 64 Prozent, was angesichts der neuen Technik bereits ein hoher Wert war. Damit ist der Audiokonsum über den Smart Speaker in den letzten zwei Jahren um 52 Prozent gestiegen.

#### Bewertung der Ergebnisse

Der rasante Anstieg der Smart Speaker-Nutzung führt dazu, dass Verbraucher deutlich mehr Audioinhalte konsumieren als vor der Zeit von Alexa und Co. **RMS CEO Marianne Bullwinkel** erkennt darin einen Wandel im Medienverhalten: „Die Zunahme von Smart Speakern verlagert das Verbraucherverhalten immer stärker vom Bildschirm in den hörbaren Raum. Schon jetzt ist der Sprachbefehl auf dem besten Weg, den Klick abzulösen. Digitale Audioinhalte werden daher immer wichtiger, um Zielgruppen zu erreichen und zu aktivieren. Markenverantwortliche sollten Audio deshalb frühzeitig als digitalen Marketing- und Abverkaufskanal mitdenken.“

#### Pressekontakt

RMS Radio Marketing  
Service GmbH & Co. KG

Kirsten Schade  
Unternehmenskommunikation  
Pressesprecherin

T. 040. 23890-153  
M. 0175. 9346079  
schade@rms.de

## Über die Studie

Die repräsentative Studie zum Thema Smart Speaker Besitz und Nutzung wurde im Auftrag von RMS vom Institut Interrogare in Bielefeld durchgeführt. Ziel der Studie war die Ermittlung von umfassenden und allgemeingültigen Erkenntnissen zur Nutzung von Smart Speakern und digitalen Sprachassistenten in Deutschland.

Basis der repräsentativen Online-Erhebung vom 12. bis 23. Juni 2020: Gesamt n=2.008 Onliner, 16-69 Jahre, in Deutschland (=53 Mio. Personen), n=745 Aktive Nutzer = Nutzung innerhalb der letzten 14 Tage, n=820 Besitzer mindestens eines Smart Speakers. Stand: Juni 2020.

## Veröffentlichung der Studienergebnisse

Die Detailergebnisse der Smart Speaker-Studie 2020 werden am 23. und 24. September im Rahmen der DMEXCO @home von RMS präsentiert.

Darüber hinaus sind die Inhalte des Pre-Webinars am 16. September 2020. Weitere Details zur Anmeldung auf [www.rms.de](http://www.rms.de).